LatArXiv Preprints | Enviado: 16/04/2024 Publicado: 17/04/2024 DOI: 10.62059/LatArXiv.preprints.29

Preprint

Auditorias SEO en plataformas de automatización de marketing y su relación con el posicionamiento orgánico en SERPS

SEO audits on marketing automation platforms and their relationship with organic positioning in SERPS

Luis Eduardo Monreal Pitones (1)

Pertenencia institucional

(1) Universidad Tecnológica de Santa Catarina, México.

Correspondencia

luise.monreal@utsc.edu.mx

ORCID

0000-0002-4635-1880

Resumen

El presente proyecto investigó cómo las auditorías de SEO en plataformas de automatización de marketing afectan el posicionamiento en SERPs. Se utilizó un enfoque mixto para evaluar métricas de SEO en sitios como Hubspot, Mailchimp, Get Response y Active Campaign. Se encontró que el SEO es fundamental para mejorar la visibilidad en los resultados de búsqueda, especialmente mediante el uso de palabras clave y la optimización de la estructura del sitio. Además, se observaron patrones específicos en términos de marketing por correo electrónico y CRM. Los backlinks, dominios de referencia y la autoridad del dominio también influyen en el posicionamiento orgánico. Las búsquedas sugeridas por Google reflejan la popularidad de herramientas como Mailchimp y Hubspot.

Palabras clave: SEO, Automatización de Marketing, SERPS, Posicionamiento Web.

Abstract

This project investigated how SEO audits on marketing automation platforms affect SERP rankings. A mixed approach was used to evaluate SEO metrics on sites such as Hubspot, Mailchimp, Get Response, and Active Campaign. It was found that SEO is essential for improving visibility in search results, especially through the use of keywords and site structure optimization. Additionally, specific patterns were observed in terms of email marketing and CRM. Backlinks, referring domains, and domain authority also influence organic ranking. Google's suggested searches reflect the popularity of tools like Mailchimp and Hubspot.

Key words: SEO, Marketing automatization, SERP, Web positioning.

Auditorias SEO en plataformas de automatización de marketing y su relación con el posicionamiento orgánico en SERPS

SEO Audits on marketing automation platforms and their relationship with organic positioning in SERPS

Luis Monreal

Universidad Tecnológica Santa Catarina

ORCID: 0000-0002-4635-1880

Abstract

This project investigated how SEO audits on marketing automation platforms affect SERP rankings. A mixed approach was used to evaluate SEO metrics on sites such as Hubspot, Mailchimp, Get Response, and Active Campaign. It was found that SEO is essential for improving visibility in search results, especially through the use of keywords and site structure optimization. Additionally, specific patterns were observed in terms of email marketing and CRM. Backlinks, referring domains, and domain authority also influence organic ranking. Google's suggested searches reflect the popularity of tools like Mailchimp and Hubspot.

Resumen

El presente proyecto investigó cómo las auditorías de SEO en plataformas de automatización de marketing afectan el posicionamiento en SERPs. Se utilizó un enfoque mixto para evaluar métricas de SEO en sitios como Hubspot, Mailchimp, Get Response y Active Campaign. Se encontró que el SEO es fundamental para mejorar la visibilidad en los resultados de búsqueda, especialmente mediante el uso de palabras clave y la optimización de la estructura del sitio. Además, se observaron patrones específicos en términos de marketing por correo electrónico y CRM. Los backlinks, dominios de referencia y la autoridad del dominio también influyen en el posicionamiento orgánico. Las búsquedas sugeridas por Google reflejan la popularidad de herramientas como Mailchimp y Hubspot.

Keywords

SEO, Marketing Automatization, SERP, Web Positioning

Palabras clave

SEO, Automatización de Marketing, SERP, Posicionamiento Web

Materiales y métodos

La presente investigación adoptó un enfoque mixto, combinando elementos cualitativos y cuantitativos, con el propósito de evaluar diversas métricas relacionadas con la optimización para motores de búsqueda (SEO) en sitios web especializados en automatización de marketing. Se evaluaron factores como la velocidad, tiempo de carga, optimización de la estructura, usabilidad, y otros factores determinantes para el SEO. La recopilación de datos se llevó a cabo mediante el empleo de herramientas como SEOPTIMER, SEOQUAKE, META SEO INSPECTOR, Inspect Canonical, Google Page Speed, Built With y Majestic SEO. Los sitios web objeto de estudio fueron Hubspot, Mailchimp, Get Response y Active Campaign, todos pertenecientes al ámbito de la automatización de marketing.

Análisis SEO

De acuerdo a lo fundamentado por Celaya (2013) SEO (Search Engine Optimization) es la práctica de optimizar un sitio web para mejorar su visibilidad en los resultados de búsqueda. Implica estrategias como el uso de palabras clave, la creación de contenido de calidad, la optimización de la estructura del sitio y la velocidad de carga. El objetivo es atraer tráfico orgánico y mejorar la relevancia y calidad del sitio para los motores de búsqueda.

Meta etiquetas y meta descripción

Alvarez (2020) explica que resulta fundamental comprender que las metaetiquetas, también denominadas meta tags o elementos meta, constituyen instrucciones en HTML diseñadas para describir el contenido de una página web, facilitando así su indexación por parte de los motores de búsqueda.

En este contexto, se incorporan diversos datos relevantes, como el título y un breve resumen del contenido, con el propósito de agilizar la detección de la página web. En consecuencia, se puede afirmar que las meta tags consisten en información esencial que los motores de búsqueda requieren para incluir una página web en sus Páginas de Resultados del Motor de Búsqueda (SERPs).

Se recomienda que el contenido de la página se enfoque en palabras clave específicas con el objetivo de mejorar su clasificación en los motores de búsqueda. Lo ideal sería que estas palabras clave se distribuyan de manera adecuada, incluyéndolas en etiquetas importantes como las de título, meta y encabezado.

Etiquetas de título

Kang (2022) destaca que la etiqueta de título, localizada en el elemento <head> del código HTML, cumple la importante función de informar a los usuarios del motor de búsqueda sobre el tema principal de una página web. Se puede acceder a la etiqueta de título de cualquier página web fácilmente al realizar un clic derecho en cualquier parte de la página y seleccionar la opción de "Inspeccionar elemento" o "Ver código fuente de la página".

Tabla 1

Etiquetas de título (Metatítulos)

Sitio	Etiqueta de título
Active Campaign	Marketing por correo electrónico, automatización y CRM
Hubspot	Software, herramientas y recursos para tu empresa
Mailchimp	Plataforma de marketing, automatización y correo
Get Response	Email marketing profesional para todos

Active Campaign: "Marketing por correo electrónico, automatización y CRM"

El sitio Active Campaign se enfoca en ofrecer servicios relacionados con el marketing por correo electrónico, automatización y Customer Relationship Management (CRM). La etiqueta de título proporciona una descripción clara de los servicios y enfoques que los usuarios pueden esperar al visitar el sitio.

Hubspot: "Software, herramientas y recursos para tu empresa"

Hubspot se presenta como una plataforma que proporciona software, herramientas y recursos dirigidos a empresas. La etiqueta de título destaca la variedad de soluciones y utilidades que ofrece para apoyar las operaciones empresariales.

Mailchimp: "Plataforma de marketing, automatización y correo"

Mailchimp se posiciona como una plataforma integral que abarca marketing, automatización y servicios de correo electrónico. La etiqueta de título resume de manera concisa los servicios clave que ofrece, indicando a los usuarios la versatilidad de la plataforma.

Get Response: "Email marketing profesional para todos"

Get Response se centra en proporcionar servicios de email marketing profesional accesibles para un amplio público. La etiqueta de título enfatiza la profesionalidad del servicio y su accesibilidad para diversos usuarios.

Análisis de la Meta Descripción

Ramirez (2022) fundamenta que la Meta Descripción es un componente en HTML que proporciona un resumen de una página web. Este fragmento descriptivo es el que aparece directamente bajo el título de un sitio en los resultados de búsqueda orgánicos de Google. La relevancia de esta meta descripción radica en su capacidad para ofrecer a los usuarios una visión rápida y clara del contenido de la página, contribuyendo a la presentación efectiva en los resultados de búsqueda.

SEO Estudios (2020) destaca la importancia de limitar la meta descripción a 160 caracteres como norma obligatoria. Se sugiere que la longitud óptima esté entre 130 y 160 caracteres para optimizar el posicionamiento. Mantener esta extensión no solo mejora la legibilidad para los usuarios, sino que también evita el corte del contenido en dispositivos móviles y otros formatos.

Tabla 2

Metadescripciones de los sitios

Sitio	Meta Descripción
Active Campaign	La plataforma de automatización de la experiencia del cliente que define categorías de ActiveCampaign ayuda a más de 180 000 empresas a establecer conexiones significativas con sus clientes.
Hubspot	HubSpot es una plataforma completa de CRM con software de marketing, ventas, servicio al cliente que ayudarán a tu empresa a crecer mejor. Comienza gratis hoy
Mailchimp	Usa datos de comportamiento en tiempo real e IA para convertir a más clientes con la plataforma de marketing, automatización y marketing por correo electrónico de Mailchimp. Es fácil de usar: Empieza gratis!
Get Response	¿Quieres aumentar la presencia online de tu negocio? Las herramientas de GetResponse te ayudan a lograrlo con email marketing, webinars, landing pages y más. ¡Empieza gratis!

Las meta descripciones de Active Campaign, Mailchimp y Get Response exceden el límite superior recomendado de 160 caracteres, con longitudes de 194, 193 y 190 caracteres respectivamente. Se sugiere una revisión para adecuarse a las mejores prácticas de SEO y cumplir con el rango óptimo de caracteres entre 130 y 160.

Análisis de Backlinks, dominios de referencia y autoridad del dominio

Makosiewicz (2023) explica que los backlinks son enlaces de una página web a otra, también llamados enlaces entrantes, que los motores de búsqueda como Google consideran como indicadores de confianza para clasificar páginas. En SEO, se refieren a los enlaces externos de otros dominios como backlinks, y estos actúan como referencias que denotan confianza en la página vinculada.

Los dominios de referencia son los sitios que originan los enlaces, mientras que los backlinks son los enlaces mismos que conectan con las páginas. Un dominio de referencia puede tener varios enlaces hacia un sitio web en particular.

Para Diez (2022) la autoridad de dominio (DA) es el indicador clave que predice la relevancia y popularidad de un sitio web en comparación con otros a nivel mundial, con valores en una escala del 1 al 100. A medida que la puntuación se acerca a 100, aumenta la probabilidad de una mayor visibilidad y posicionamiento en las páginas de resultados de búsqueda. Factores como el número y calidad de enlaces externos, así como la estructura del enlazado interno, influyen en esta métrica SEO. En resumen, cuidar estos aspectos mejora la Autoridad de Dominio y el rendimiento en las SERP.

Tabla 3

Análisis de Backlinks y puntuación de dominios

Sitio	Backlinks	Dominios de referencia	Puntuación del dominio
Active Campaign	11.05 M	59. 22 K	54
Hubspot	676.99 K	17.19 K	71
Mailchimp	51.55 M	394.65 K	80
Get Response	38.40 M	67.06 K	52

Los datos de la tabla revelan información que impacta en el SEO y el posicionamiento orgánico de los sitios web mencionados. La cantidad de backlinks, liderada por Mailchimp con 51.55 millones, influye positivamente en la confianza y autoridad según los motores de búsqueda, principalmente Google. Además, la diversidad de dominios de referencia, en los cuales Mailchimp cuenta 394.65 mil, contribuye a una presencia web más amplia. La

puntuación del dominio, encabezada por Hubspot con 71, sugiere una mejor salud del dominio y una presencia online más sólida según los criterios de los motores de búsqueda.

Búsquedas sugeridas de Google

La función "También se buscó" de Google está centrada en el análisis de patrones de búsqueda de los usuarios. Cuando se realiza una búsqueda en Google, el motor de no solo presenta resultados relevantes para la consulta específica, sino que también intenta ofrecer sugerencias adicionales que podrían ser de interés para el usuario. Estas sugerencias aparecen bajo la sección "También se buscó" en la página de resultados de búsqueda.

Al observar las búsquedas sugeridas, se pueden identificar tendencias y patrones en términos de las herramientas que tienden a ser buscadas en conjunto. Esto podría ayudar a comprender las preferencias y necesidades del usuario en el mercado de estas herramientas. En la siguiente tabla se presentan las sugerencias de búsqueda dadas por Google al buscar las aplicaciones de automatización pertenecientes a este proyecto.

Tabla 4

Búsquedas sugeridas

Búsqueda principal	También se buscó (Sugerido por Google)	También se buscó (Sugerido por Google)	También se buscó (Sugerido por Google)	También se buscó (Sugerido por Google)
Active Campaign	Mailchimp	Hubspot	Brevo	Constant Contact
Get Response	Mailchimp	Brevo	Active Campaign	Mailer Lite
Mailchimp	Canva	Constant Contac	Hubspot	Brevo
Hubspot	Salesforce	Mailchimp	Linkedin	Pipedrive

La presencia repetida de herramientas como Mailchimp y Hubspot en las búsquedas sugeridas, indica que estas son opciones populares y que los usuarios interesados en una

herramienta específica también exploran alternativas similares y su vez una competencia fuerte en cuanto al posicionamiento orgánico de estas herramientas.

Densidad de una keyword

Lima (2019) destaca la importancia de la densidad de palabras clave al describirla como el porcentaje que revela el ratio entre el número de veces que una palabra clave específica aparece en un texto y el número total de palabras que componen dicho texto. Este indicador ayuda a evaluar la relevancia y la concentración de palabras clave en el contenido, proporcionando una medida cuantitativa de la frecuencia con la que se utiliza un término específico en relación con la extensión total del texto.

El sitio Active Campaign presenta la siguiente densidad de palabras en el contenido de su sitio:

Tabla 5

Densidad de keywords

Palabra	Frecuencia	Porcentaje
marketing	19	1.78%
automation	15	1.4%
email	14	1.31%
business	10	0.93%
activecampaign	8	0.75%
build	7	0.65%
customer	7	0.65%
platform	7	0.65%
explore	7	0.65%
tools	6	0.56%

El sitio Get Response presenta la siguiente densidad de palabras en el contenido de su sitio:

Tabla 6

Densidad de keywords

Palabra	Frecuencia	Porcentaje
con	30	3.26%
para	16	1.74%
email	15	1.63%
los	13	1.41%
las	13	1.41%
tus	12	1.3%

marketing	12	1.3%
del	9	0.98%
getresponse	7	0.76%
ventas	6	0.65%

El sitio Mailchimp presenta la siguiente densidad de palabras en el contenido de su sitio:

Tabla 7

Densidad de keywords

Palabra	Frecuencia	Porcentaje
los	53	1.91%
con	42	1.51%
para	39	1.4%
marketing	35	1.26%
electr	34	1.22%
mailchimp	27	0.97%
del	26	0.93%
las	25	0.9%
nico	24	0.86%
correo	22	0.79%

El sitio Hubspot presenta la siguiente densidad de palabras en el contenido de su sitio:

Tabla 8

Densidad de keywords

Palabra	Frecuencia	Porcentaje
hubspot	32	1.9%
con	27	1.6%
para	26	1.54%
software	25	1.48%
que	21	1.24%
marketing	19	1.13%
las	19	1.13%
herramientas	17	1.01%
una	16	0.95%
información	16	0.95%

Aunque los algoritmos de los motores de búsqueda han evolucionado para considerar diversos factores en la clasificación de páginas, incluida la relevancia del contenido, las

palabras clave siguen desempeñando un papel fundamental en la comprensión de qué trata una página y en qué medida es relevante para ciertas consultas de búsqueda.

Al analizar los datos proporcionados para cada uno de los sitios web mencionados, se detectaron los siguientes patrones:

Active Campaign se enfoca en palabras clave como marketing, automation, email y business, lo que refleja su oferta de servicios en marketing automatizado y gestión de correo electrónico, sugiriendo una estrategia de SEO centrada en resaltar estas soluciones.

Get Response utiliza palabras clave genéricas como con y para, junto con términos más específicos como email y marketing, lo que indica un enfoque en servicios de marketing por correo electrónico, aunque su estrategia podría carecer de efectividad para clasificaciones en búsquedas específicas.

Mailchimp también se centra en palabras clave relacionadas con el marketing por correo electrónico, pero incluye términos más genéricos como electrónico y correo, sugiriendo una estrategia más amplia en términos de alcance.

Hubspot destaca su marca y se enfoca en palabras clave relacionadas con software y herramientas de marketing, indicando una estrategia de SEO que resalta la versatilidad y la integralidad de sus soluciones.

Conclusiones

El análisis confirma la funcionalidad del SEO para potenciar la visibilidad en los resultados de búsqueda. Estrategias como el uso eficaz de palabras clave y la optimización estructural del sitio emergen como factores claves en esta tarea. Las metaetiquetas y las descripciones meta se revelan como elementos críticos en la indexación de las páginas web, requiriendo una atención para garantizar el cumplimiento de las normativas recomendadas.

La evaluación de la densidad de palabras clave reveló patrones específicos de enfoque en términos de marketing por correo electrónico, automatización y CRM en los sitios examinados. La presencia de backlinks, dominios de referencia y la autoridad del dominio surgieron como factores determinantes en el posicionamiento orgánico, resaltando la necesidad de una estrategia de enlaces sólida y bien desarrollada.

Adicionalmente, las sugerencias de búsqueda proporcionadas por Google reflejan la notable popularidad de herramientas como Mailchimp y Hubspot, lo que indica una competencia robusta en el mercado de la automatización de marketing.

En conclusión, este estudio reafirma la relevance del SEO y proporciona valiosas perspectivas sobre cómo diversas estrategias y prácticas pueden incidir directamente en la visibilidad de los sitios web en el sector de la automatización de marketing.

Referencias

Celaya Luna, A. (2013). *Posicionamiento web (SEO-SEM)*. Interconsulting Bureau, S.L. (ICB Editores).

¿Cómo redactar una meta descripción perfecta?: Trucos para conseguirlo. (2020, June 24). SEOestudios. Retrieved April 16, 2024, from https://www.seoestudios.es/como-hacer-una-meta-descripcion-perfecta/

Densidad de Palabras Clave: Qué es 【5 Herramientas】. (2019, April 4). Mailrelay. Retrieved April 16, 2024, from https://mailrelay.com/es/blog/2019/04/04/densidad-de-palabras-clave/

Díez, J. (2022, August 5). *ᐅAutoridad de dominio: qué es, cómo medirla y cómo mejorarla*. InboundCycle. Retrieved April 16, 2024, from https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/autoridad-dominio-que-es

Kang, J. (n.d.). *What is a Title Tag? Best Practices & Examples*. SEOptimer. Retrieved April 16, 2024, from https://www.seoptimer.com/blog/title-tag/

Meta keywords: qué son y mitos tras la palabra clave meta. (2020, May 21). Semrush. Retrieved April 16, 2024, from https://es.semrush.com/blog/meta-keywords-definicion-y-mitos/

¿Qué son los backlinks en el SEO? Todo lo que tienes que saber. (2023, November 8). Ahrefs. Retrieved April 16, 2024, from https://ahrefs.com/blog/es/que-son-backlinks/

Ramírez, L. (2022, September 22). *Consejos para aprovechar mejor la meta descripción de tu página web*. IEBS. Retrieved April 16, 2024, from https://www.iebschool.com/blog/consejos-aprovechar-meta-descripcion-pagina-web-seo-sem/

Reporte Back Links Small Seo Tools. (2024, feb 17). Small Seo Tools. Retrieved April 16, 2024, from https://smallseotools.com/backlink-report/cfbe825d87f838b954113e6b055bdf04/

Reporte de Backlinks. (n.d.). Small Tool SEO. Retrieved April 16, 2024, from https://smallseotools.com/backlink-report/cfbe825d87f838b954113e6b055bdf04/

Small Seo Tools. (n.d.). *Reporte de Backlinks*. Small Seo Tools. Retrieved feb 17, 2024, from https://smallseotools.com/backlink-report/c7b00cdb1836e2f555b04ec3af89e81a/

Using the Keyword Density Analysis Tool. (n.d.). Internet Marketing Ninjas. Retrieved Feb 04, 2024, from https://www.internetmarketingninjas.com/tools/keyword-density/